

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
М.В.ЛОМОНОСОВА»**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

«УТВЕРЖДАЮ»

Декан экономического факультета МГУ

профессор _____ А.А.Аузан

« ____ » _____ 2025 год

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Уровень высшего образования:

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки:

38.04.01. ЭКОНОМИКА

Форма обучения:

ОЧНАЯ

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
Учебно-методической комиссией экономического факультета
(протокол № _____, дата)

Москва 2025

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки магистратуры 38.04.01. Экономика

ОС МГУ утвержден решением Ученого совета МГУ имени М.В.Ломоносова от 28 декабря 2020 года, протокол №7

Год (годы) приема на обучение: 2021 и последующие

1. Место и статус дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы подготовки магистра

Статус дисциплины: *вариативная*

Триместр: 4

2. Входные требования (реквизиты) для освоения дисциплины

Для успешного освоения данного курса требуются знания и умения, полученные в следующих дисциплинах:

- «Английский язык»
- «Макроэкономика-3, продвинутый уровень»
- «Международные валютно-финансовые отношения»
- «Микроэкономика-3, продвинутый уровень»
- «Новые тенденции в развитии мировой экономики»

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы (показатели) достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряженные с компетенциями
УК-5. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке (иностраннных языках), для академического и профессионального взаимодействия	УК-5.И-1. Составляет документы (письма, эссе, рефераты и др.) для академического и профессионального взаимодействия в соответствии с нормами русского и иностранного языков	УК-5.И-1.У-1. Умеет найти и проанализировать информацию, необходимую для качественного выполнения академических и профессиональных задач и достижения профессионально значимых целей, в т.ч. на иностранном языке
		УК-5.И-1.У-2. Умеет составить, отредактировать на русском и/или иностранном языке, выполнить корректный перевод с иностранного языка на русский язык и с русского языка на иностранный язык различных академических и профессиональных текстов
	УК-5.И-3. Принимает участие в академических и профессиональных	УК-5.И-3.У-1. Умеет воспринимать и анализировать информацию на русском и

	дискуссиях, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	иностранном языках в процессе академического и профессионального взаимодействия
ПК-1. Способен проводить научные исследования (эксперименты, наблюдения) и разработки в качестве ответственного исполнителя или совместно с научным руководителем	ПК-1.И-1. Осуществляет самостоятельный прикладной или фундаментальный научно-исследовательский проект в области экономики	ПК-1.И-1.У-1. Умеет сформулировать исследовательский вопрос (цель и задачи исследования)
		ПК-1.И-1.У-4. Умеет осуществить собственное исследование и представить его результаты в виде полноценного научного текста, статьи
ПК-2. Способен проектировать/разрабатывать планы и методические программы исследования, самостоятельно разрабатывать инструментарий и определять теоретико-методологическую основу исследования.	ПК-2.И-1. Осуществляет разработку плана научных исследований по экономической тематике	ПК-2.И-1.У-1. Умеет разработать план научного исследования
	ПК-2.И-2. Осуществляет методическую разработку научных исследований по экономической тематике	ПК-2.И-2.У-1. Умеет выбрать из существующих или разработать свой вариант методики исследований
	ПК-2.И-3. Осуществляет самостоятельную подборку и разработку инструментария, необходимого для анализа экономических данных	ПК-2.И-3.У-1. Умеет проанализировать и подобрать инструментарий исследований
ПК-3. Способен обобщать и представлять научные результаты в рамках отдельного исследования.	ПК-3.И-1. Обобщает полученные данные в рамках исследований в области экономики	ПК-3.И-1.У-1. Умеет обобщить достигнутые в ходе исследований результаты
		ПК-3.И-1.У-2. Умеет интерпретировать и представлять полученные результаты в различных профессиональных сообществах
ПК-7. Способен использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов и построения экономических прогнозов	ПК-7.И-1. Осуществляет самостоятельный поиск, сбор и обработку данных, необходимых для проведения экономических расчетов и построения экономических прогнозов	ПК-7.И-1.3-1. Знает основные источники информации для проведения экономических расчетов и построения экономических прогнозов, в том числе официальные источники макроэкономической статистики и российской региональной статистики
		ПК-7.И-1.У-1. Умеет осуществлять поиск и сбор данных, в том числе определять необходимый объем и формат данных, а также степень их детализации, а также проводить генерацию

		данных, опрос и осуществлять эксперимент
	ПК-7.И-2. Применяет современные методы выбора источников информации и оценки их качества	ПК-7.И-2.У-1. Умеет выбирать подходящие источники информации по заданным параметрам и оценивать качество этих источников
МПК-1. Способен проводить и содержательно интерпретировать результаты самостоятельного научного исследования в области актуальных теоретических и прикладных аспектов (проблем) развития мировой экономики и международных экономических отношений	МПК-1.И-1. Осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации. Определяет задачи исследования, подлежащие дальнейшей детальной разработке	МПК-1.И-1.У-1. Умеет обобщать и анализировать выводы, полученные в ходе научных исследований, проведенных российскими и зарубежными авторами по проблематике международных экономических отношений
МПК-3. Способен применять продвинутое методы анализа процессов международного экономического взаимодействия и его влияния на интересы экономических субъектов для разработки практических рекомендаций в области международных бизнес-стратегий экономических субъектов, а также рекомендаций для внешнеэкономической политики Российской Федерации и ее субъектов	МПК-3.И-1. Может профессионально оценить конкретные виды и изменения международной деятельности на уровне государств, интеграционных объединений, международных экономических организаций и многонациональных предприятий и их последствия для мировой экономики.	МПК-3.И-1.У-1. Умеет оценить влияние конкретных мер государственного воздействия на процессы в мировой экономике
		МПК-3.И-1.У-2. Умеет выявлять современные тренды, прогнозировать и оценивать стратегии внешнеэкономической деятельности основных субъектов мировой экономики

4. Объем дисциплины по видам занятий

Объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы: 108 академических часов, в том числе 56 академических часов составляет контактная работа с преподавателем, 52 академических часов составляет самостоятельная работа магистранта.

5. Формат обучения очная форма с использованием обучающей среды On.Econ, при необходимости допускается дистанционное проведение занятий с использованием технологии бизнес-конференции (ZOOM, Teams и прочее) и обучающей среды On.Econ

6. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе						
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) <i>Виды контактной работы, часы</i>				Самостоятельная работа обучающегося <i>Виды самостоятельной работы, часы</i>		
		Занятия семинарского типа	Групповые консультации	Индивидуальные консультации	Всего	Индивидуальные задания	Доклад	Всего
Тема 1. Теоретические основы коммуникаций. Критический подход к анализу информации. Теория Игр.	12	4	2	2	8	2	2	4
Тема 2. Система общественных связей компании. Структура. Цели. Задачи. Критерии оценки эффективности	16	4	2	2	8	2	6	8
Тема 3. Взаимодействие с инвесторами и акционерами компании. Понятие стратегии, публичной компании. Листинг и делистинг.	14	4	2	2	8	2	4	6
Тема 4. Государственное регулирование бизнеса и система обратной связи между государством и бизнесом. Лоббизм и группы интересов. Законодательное регулирование в различных юрисдикциях.	14	2	2	2	6	2	6	8
Тема 5. Маркетинговые коммуникации в	14	2	2	2	6	2	6	8

структуре маркетинга бизнеса. Основы медиаизмерений и медиапланирования.								
Тема 6. Взаимодействие корпорации и персонала. Управление персоналом и внутренние корпоративные коммуникации.	14	2	4		6	2	6	8
Тема 7. Тенденции развития коммуникаций. Влияние Big Data и технологий BlockChain на современные коммуникации.	14	2	2	2	6	2	6	8
Текущая аттестация: — кейса-анализ	4	4			4			
Промежуточная аттестация: — письменная работа	4					2		
Итого	108	56				52		

Краткое содержание тем дисциплины

Тема 1. Теоретические основы коммуникаций. Критический подход к анализу информации. Теория Игр.

Понятие коммуникаций. Информация и целевая группа. Внутренние и внешние, персональные, публичные, групповые и автоматизированные коммуникации. Основные инструменты коммуникаций. Влияние технологий на изменение инструментария коммуникаций. Цели и задачи коммуникаций. Коммуникации в бизнес-среде и корпоративная матрица взаимодействия. Понятие и функции фронт- и бэк-офиса. Понятие критического подхода к анализу информации. Цели и методы критического подхода к анализу информации. Дискурс анализ. Популярные современные концепции анализа информации. Ключевые предпосылки Теории Игр. Понятие игры, исхода, чистой и смешанной стратегии. Модель Бертрона. Сетевые блага.

Основная литература:

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации / Д.П. Гавра. - М.: Книга по Требованию, 2011. - 288 с. Страницы 16-24, 111-117, 204-220
2. Гараедаги Дж. Системное мышление: как управлять хаосом и сложными процессами: пер. с англ. – Минск: Гревцов Паблишер, 2011. – 480 с. Страницы 17-19, 33-40, 318-341;
3. Гнатюк, Ольга Основы теории коммуникации / Ольга Гнатюк. - М.: КноРус медиа, 2012. - 329 с. Страницы 86-95, 293-311
4. Захаров, А.В. Теория игр в общественных науках: Учебник / А.В. Захаров. - М.: ИД ВШЭ, 2015. - 304 с Страницы 18-30, 45-57, 211-243,

289-295

5. Зубарев, Ю.М. Математическое моделирование многоагентных систем конкуренции и кооперации (Теория игр для всех): Учебное пособие / Ю.М. Зубарев, С.В. Косаревский. - СПб.: Лань П, 2016. - 624 с Страницы 17-40
6. Красных, В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: Курс лекций / В.В. Красных. - Москва: ИЛ, 2001. - 270 с. Страницы 70-76, 82-91
7. Неэкономические грани экономики: непознанное взаимовлияние. Научные и публицистические заметки обществоведов/ Рук. междисциплинарного проекта и науч. ред. О.Т. Богомолов. – М.: Институт экономических стратегий, 2010. – 800 с. Страницы 204-301, 289-297, 602-634
8. О'Коннор Дж., Макдермотт И. Искусство системного мышления: необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем: пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 256 с. Страницы 7-19, 26-39

Тема 2. Система общественных связей компании. Структура. Цели. Задачи. Критерии оценки эффективности.

Понятие «public relations» (общественных связей). Целевые группы корпоративных общественных связей. Место в структуре компании и матрица взаимодействия. Структура подразделения. Понятия «имидж» и «репутация». Инструменты измерения здоровья репутации компании. Понятие «Репутационный аудит». Критерии оценки эффективности корпоративной функции «Общественные связи». Кризисные коммуникации. Разбор кейсов «BP, авария в Мексиканском заливе», «Volkswagen, искажение данных о вредных выбросах».

Основная литература:

1. Джефкинс Ф. Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 337 с. Главы 1,2,5
2. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: Учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Юрайт, 2013. - 415 с. Страницы 20-26, 29-40, 71-86
3. Миронов А.С. Раздувай и властвуй. М.: Добросвет, 2001 – 180 с. Главы 1,2,3,4,7;
4. Москвин, В.П. Риторика и теория коммуникации: Виды, стили и тактики речевого общения / В.П. Москвин. – М.: КД Либроком, 2015. - 218 с. Страницы 165-189;
5. Репутационный аудит. Методические рекомендации по проведению. – URL: http://www.raso.ru/opisanie_metodiki
6. Саакова Л.В. Гавришин К.В. Управление корпоративной репутацией на основе парадигмы устойчивого развития //Проблемы современной экономики. Выпуск № 2 / 2011 Научная библиотека КиберЛенинка. – URL: <http://cyberleninka.ru/>
7. Шарков Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»; 2010. -- 272 с. Главы 2,3,5,6,7
8. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. Пер. с англ. – М.: консалтинговая группа ИМИДЖ-контакт, ИНФРА-М, 2013. - 493 с. Страницы 113-145

Тема 3. Взаимодействие с инвесторами и акционерами компании. Понятие стратегии, публичной компании. Листинг и делистинг.

Понятия «Публичная компания», «IPO», «Листинг» и «Делистинг». Целеполагание при IPO. Ключевые целевые группы коммуникаций при подготовке IPO. Понятия «Институциональный инвестор», «Хедж фонд», «Sell-side аналитик», «Buy-side аналитик». Финансовый календарь компании. Раскрытие финансовых результатов: процедура, правила, основные инструменты. Матрица взаимодействия со СМИ. Понятие «Price sensitive information». Понятие и признаки инсайдерской информации. Инсайдерская торговля: законодательные ограничения.

Основная литература:

1. Балашов В. Г., Ириков В. А., Иванова С. И., Марголит Г. Р. «IPO и стоимость российских компаний. Мода и реалии» // изд. Дело, Академия народного хозяйства, 2008 г. - 336 стр. Главы 1,4,5
2. Геддес Росс «IPO и последующие размещения акций»// изд. Олимп-Бизнес, 2008 г. - 232 стр. Страницы 12-33, 90-97
3. Рэй, Кристиана И. Рынок облигаций. Торговля и управление рисками. Пер. с англ. / Науч. ред. Г.А. Агасандян, О.В. Буклемешев. – М.: дело, 2009 – 600 с. Главы 2,3,6,7
4. Шлык П. В. Прогноз развития внутреннего российского рынка первичных публичных размещений акций // Рынок Ценных Бумаг. 2006. №10
5. Пряничников Д.В. Манипулирование ценами на российском фондовом рынке // Российское предпринимательство. – 2007. - №2
6. Шлык. П. Экономическая сущность первичного публичного размещения акций // Представительная власть - XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. 2007. Вып.1
7. Шаньгин, В.Ф. Комплексная защита информации в корпоративных системах: Учебное пособие / В.Ф. Шаньгин. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 592 с Страницы 7-44
8. Базовый курс по рынку ценных бумаг // Под ред. Радыгина А.Д. и др. М.: Деловой экспресс, 2006. Главы 1,2,6,8,9

Тема 4. Государственное регулирование бизнеса и система обратной связи между государством и бизнесом. Лоббизм и группы интересов. Законодательное регулирование в различных юрисдикциях.

Понятие государства. Внутренние и внешние функции государства. Понятие и функции Групп интересов. Лоббистская деятельность. Функции. Инструменты. Законодательные ограничения на примере США, Франции, Великобритании и Германии. Лоббизм в России. Взаимодействие государства и бизнеса в России: легальные инструменты. Понятие коррупции, взятки и вымогательства. Карта восприятия коррупции в России и зарубежных странах.

Основная литература:

1. Любимов А. П. История лоббизма в России / А. П. Любимов. – М.: Фонд Либеральная миссия, 2005. – 208 с. Страницы 11-17, 20-32;
2. Елсуков, А.Н. Основы социологии: учеб. пособие / А.Н. Елсуков. - Минск: РИПО, 2009. - 330 с. Главы 3,4,7;
3. Пименов Н.А. Лоббизм: проблемы и пути решения // «Государственная власть и местное самоуправление» - 2011, -№ 10. – Страницы 6-10;
4. Тихомирова Е.Б. Лоббизм как специфическая форма коммуникаций с общественностью // Вестник Московского университета.

- Социология и политология. -2002. -№ 3. – Страницы 15-19;
5. Толстых П.А. Практикум по лоббизму в России / П.А. Толстых. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. Главы 1,2
 6. Меньшенина Н. Н. Политический процесс: введение в анализ / Н. Н. Меньшенина. – Владивосток: Русский остров, 2001. – 240 с. Главы 3,5
 7. Белокрылов К. А., Кетова Н. П. Институциональная структура взаимодействия государства и бизнеса; Содействие - XXI век - Москва, 2010. - 192 с. Страницы 43-55
 8. Кулакова Т. А. Политика изменений: административные реформы и взаимодействие государства и общества; Издательство Санкт-Петербургского университета - Москва, 2011. - 382 с. Страницы 18-24, 67-79
 9. Холмс Дуглас e.gov. Стратегии электронного бизнеса для государства; АСТ, Астрель - Москва, 2004. - 350 с. Страницы 45-67
 10. Шохин А. Н., Королев Е. А. Взаимодействие бизнеса и власти в Европейском Союзе; ГУ ВШЭ - Москва, 2008. - 160 с. Главы 2,3,4,6;

Тема 5. Маркетинговые коммуникации в структуре маркетинга бизнеса. Основы медиаизмерений и медиапланирования.

Понятие «маркетинговые коммуникации». Маркетинговые коммуникации в структуре маркетинга. Рекламное сообщение как инструмент коммуникаций. Понятие «бренд». Рейтинги брендов, стоимость бренда. Бренд маркетинг. Соотношение понятий эмблема – логотип – товарный знак. Миссия бренда. Ценности бренда. Коммуникационные стримы. Понятие «уникальное торговое предложение». Классические и современные системы медиа-измерений. Медиа-планирование и понятие «стоимость контакта».

Основная литература:

1. Винкельманн П. Маркетинг и сбыт. Основы ориентированного на рынок управления компанией - М.: Издательский Дом Гребенникова, 2006 -660 с. Страницы 12-21
2. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление. М., 2004. - 480 с. Главы 2,3,7,9
3. Фостер Т.Как повысить эффективность работы с клиентами - М.: АСТ Астрель, 2005 - 157 с. Страницы 92-99, 112-12
4. Ученова В. Реклама: палитра жанров/В. Ученова. – М.: Инфра-М, 2012. – С. 150. Страницы 23-30
5. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти. – СПб, 1999. – 270 с. Страницы 37-39, 46-55, 90-10
6. Важенина И.С. Имидж, репутация и бренд// ЭКО. — 2008. — N 8. — Страницы 3-16
7. Волков А.Т. Стратегический бренд-менеджмент и капитализация организации// Маркетинг. — 2006. — N 4. — Страницы 19-29
8. Домнин В.Н. Методы измерения индивидуальности бренда // Маркетинг. — 2008. — No 2. — Страницы 69-85
9. Бернет Дж., Мориантис. Маркетинговые коммуникации: Интегрированный подход / Пер. с англ. Под ред.С.Г Божук. - СПб, 2001. - 864 с.: ил. Главы 1,2,4.7

Тема 6. Взаимодействие корпорации и персонала. Управление персоналом и внутренние корпоративные коммуникации.

Понятие «Внутренние коммуникации». Человеческие ресурсы компании и управление ими. Целеполагание. Структура кадровой политики компании. Инструменты коммуникации с персоналом. Развитие профессиональных компетенций. Внутреннее и внешнее обучение персонала. Критерии оценки эффективности коммуникаций с персоналом. Оценка «360».

Основная литература:

1. Дейнека А. В., Беспалько В. А. Управление человеческими ресурсами; Дашков и Ко - Москва, 2012. - 392 с. Страницы 219-227, 279-290, 314-339
2. Добренев В. И., Жабин А. П., Афонин Ю. А. Управление человеческими ресурсами. Социально-психологический подход; КДУ - Москва, 2009. - 360 с. Страницы 118-140
3. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика: Учебник. – М., 2007. Главы 2,3,4,6,11
4. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2004. Главы 2,4,9,10
5. Десслер Г. Управление персоналом. – М.: БИНОМ, 2004. Главы 7,8
6. Джой-Меттьюз Д., Меггинсон Д., Сюрте М. Развитие человеческих ресурсов. – М.: Эксмо, 2006. Страницы 18-49, 77-90

Тема 7. Тенденции развития коммуникаций. Влияние Big Data и технологий Blockchain на современные коммуникации.

Современные автоматизированные коммуникационные технологии. Понятие «Big Data». Свойства. Цели и задачи обработки, механизмы сборки. Blockchain технологии записи цепочек данных. Области применения и перспективы внедрения.

Основная литература:

1. Черняк, Леонид Большие Данные -- новая теория и практика/ Открытые системы. СУБД. -- М.: Открытые системы, 2011. -- № 10
2. 3. Моррисон, Алан. Большие Данные: как извлечь из них информацию. Технологический прогноз. Ежеквартальный журнал (выпуск 3), российское издание, 2010
3. Dr. Arvind Sathi Big Data Analytics: Disruptive Technologies for Changing the Game; Огни - Москва, 2012. - 323 с. Страницы 7-44, 70-79
4. Elizabeth Bixby Big Shots Big Date; ИЛ - Москва, 2012. - 428 с. Главы 2,3,4
5. Frank J. Ohlhorst Big Data Analytics: Turning Big Data into Big Money (Wiley and SAS Business Series); Гостехиздат - Москва, 2012. - 176 с. Страницы 99-112, 145-152
6. Сухобоков А. А. Лахвич Д. С. Влияние инструментария Big Data на развитие научных дисциплин, связанных с моделированием, Наука и образование: научное издание МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2005

7. Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине

7.1. Примеры оценочных средств:

Результаты обучения по дисциплине	Виды оценочных средств
УК-5.И-1.У-1. Умеет найти и проанализировать информацию, необходимую для качественного выполнения академических и профессиональных задач и достижения профессионально значимых целей, в т.ч. на иностранном языке	Индивидуальные задания Доклад
УК-5.И-1.У-2. Умеет составить, отредактировать на русском и/или иностранном языке, выполнить корректный перевод с иностранного языка на русский язык и с русского языка на иностранный язык различных академических и профессиональных текстов	Индивидуальные задания Доклад Текущая аттестация: кейс-анализ
УК-5.И-3.У-1. Умеет воспринимать и анализировать информацию на русском и иностранном языках в процессе академического и профессионального взаимодействия	Текущая аттестация: кейс-анализ
ПК-1.И-1.У-1. Умеет сформулировать исследовательский вопрос (цель и задачи исследования)	Индивидуальные задания Доклад
ПК-1.И-1.У-4. Умеет осуществить собственное исследование и представить его результаты в виде полноценного научного текста, статьи	Индивидуальные задания Доклад
ПК-2.И-1.У-1. Умеет разработать план научного исследования	Доклад
ПК-2.И-2.У-1. Умеет выбрать из существующих или разработать свой вариант методики исследований	Доклад
ПК-2.И-3.У-1. Умеет проанализировать и подобрать инструментарий исследований	Доклад
ПК-3.И-1.У-1. Умеет обобщить достигнутые в ходе исследований результаты	Доклад
ПК-3.И-1.У-2. Умеет интерпретировать и представлять полученные результаты в различных профессиональных сообществах	Доклад
ПК-7.И-1.3-1. Знает основные источники информации для проведения экономических расчетов и построения экономических прогнозов, в том числе официальные источники макроэкономической статистики и российской региональной статистики	Индивидуальные задания Доклад
ПК-7.И-1.У-1. Умеет осуществлять поиск и сбор данных, в том числе определять необходимый объем и формат данных, а также степень их детализации, а также проводить генерацию данных, опрос и осуществлять эксперимент	Индивидуальные задания Доклад Текущая аттестация: кейс-анализ
ПК-7.И-2.У-1. Умеет выбирать подходящие источники информации по заданным параметрам и оценивать качество этих источников	Индивидуальные задания Доклад Текущая аттестация: кейс-анализ
МПК-1.И-1.У-1. Умеет обобщать и анализировать выводы, полученные в ходе научных исследований, проведенных российскими и зарубежными авторами по проблематике международных экономических отношений	Индивидуальные задания Доклад Текущая аттестация: кейс-анализ

МПК-3.И-1.У-1. Умеет оценить влияние конкретных мер государственного воздействия на процессы в мировой экономике	Индивидуальные задания Доклад Текущая аттестация: кейс-анализ
МПК-3.И-1.У-2. Умеет выявлять современные тренды, прогнозировать и оценивать стратегии внешнеэкономической деятельности основных субъектов мировой экономики	Индивидуальные задания Доклад Текущая аттестация: кейс-анализ

7.2. Критерии оценивания (баллы) по дисциплине:

Виды оценочных средств	Баллы
Индивидуальные задания	40
Доклад	40
Текущая аттестация: кейс-анализ	40
Промежуточная аттестация: письменная работа	30

7.3. Оценка по дисциплине выставляется, исходя из следующих критериев:

Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
<i>Отлично</i>	127,5	150,0
<i>Хорошо</i>	97,5	127,0
<i>Удовлетворительно</i>	60,0	97,0
<i>Неудовлетворительно</i>	0,0	59,5

Примечание: в случае, если магистрант за триместр набирает менее 20% баллов от максимального количества по дисциплине, то уже на промежуточном контроле (и далее на пересдачах) действует следующее правило сдачи: «магистрант может получить только оценку «Удовлетворительно», и только если получит за промежуточный контроль, включающий весь материал дисциплины, не менее, чем 85% от баллов за промежуточный контроль».

7.4. Типовые задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения:

— *Индивидуальные задания и доклад*

Данные задания готовятся индивидуально или в команде по темам семинарских занятий, в том числе:

- Листинг (делистинг) на крупнейших фондовых биржах (NYSE, NASDAQ, LSE и др.)
- Лоббизм и группы интересов и пр.

7.5. Методические рекомендации и требования к выполнению заданий:

— *Промежуточная аттестация*

Промежуточная аттестация представляет собой письменную работу, включающую вопросы по материалам семинарских занятий.

8. Ресурсное обеспечение

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Авдошина З.А. Антикризисное управление: сущность, диагностика, методики. – корпоративный менеджмент, 2006. – URL: http://www.cfin.ru/management/antirecessionary_management.shtml.
2. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров. - М.: ИКФ ЭКСМОС, 2002. - 480 с.; Главы 1,4,7
3. Антонов В.Г., Громова О.Н. Организационное поведение. – СПб: Питер, 2008. – 464 с. Страницы 220-265
4. Бернет Д., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: Интегрир. подход. М.; СПб.; Харьков; Минск, 2001. С. 778. Главы 12,13
5. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. - Ростов-на Дону. - Феникс. – 1998. - 318 с.
6. Боброва И.И., Зимин В.А. Черный PR? Белый GR! Цветной IR. Менеджмент информационной культуры / И. И. Боброва, В. А. Зимин. М.: Вершина, 2006. 464 с. Главы 3,4,11
7. Грюниг Дж.Е., Хант Е. Управляя паблик рилейшнз. - М., Прогресс, 2008. Страницы 69-71
8. Доти Д. Паблисити и паблик рилейшнз. - М., 2006. Страницы 47-48
9. Зверинцев, А. Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR / А. Б. Зверинцев. 2-е изд. - СПб: СОЮЗ, 1997. - 153 с. Страницы 89-111
10. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз: теория и практика. - М.: Вильямс, 2000. - 624 с. Главы 3,7,8
11. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. М., К.: Рефл-бук, Ваклер, 2000. - 528 с.; с. 127-154
12. Кремер Н.Ш., Путко Б.А., Тришин И.М., Фридман М.Н. Исследование операций в экономике. - Москва. 2003. Главы 9-11
13. Лабскер Л.Г., Яценко Н.А.: Теория игр в экономике. Практикум с решением задач. Учебное пособие. Издательство: Кнорус, 2014 г.

Серия: Бакалавриат. ISBN: 978-5-406-01230-7, с. 264 Страницы 29-46, 77-89

14. Лаврухин О.В. О связях с общественностью - Паблик Рилейшнз // Гайд-парк. - 2007. - № 1,2. Страницы 44-48
15. Нейлбафф, Диксит: Теория игр. Искусство стратегического мышления в бизнесе и жизни. Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2015 г. ISBN: 978- 5-00057-311-2. с. 464 Страницы 33-39
16. Орлова Т.М. Паблик Рилейшнз и реклама в маркетинге // Маркетинговые исследования в России. - 2006. - № 5. Страницы 34-35
17. Приобретение Статуса публичной Компании. Путеводитель. Deutsche Borse AG.2008. – URL: http://www.ir-consult.ru/files/Listing_Deutsche_Borse.pdf
18. Протасов И.Д. Теория игр и исследование операций: учеб. пособие. – М.: Гелиос АРВ, 2006. Главы 1,2,4
19. Точка зрения инвесторов. Оценка инвестиционного климата российских регионов глазами иностранных инвесторов. Совместное исследование КПИМГ и РСПП. 2013. с.103
20. Шикин Е.В. Математические методы и модели в управлении: учеб. пособие для студентов упр. спец. вузов. – М.: Дело, 2004. Главы 3,4
21. Financial times lexicon. – URL: <http://lexicon.ft.com/Term?term=corporate-communications>
22. Guide to Media Relations. Communicating with your investors and attracting new clients. My Money Adviser Ltd. – URL: http://www.ir-consult.ru/files/media_guide.pdf
23. Investor Relations. A Practical Guide. London Stock Exchange, March 2010. – URL: <http://www.londonstockexchange.com/companies-and-advisors/main-market/documents/brochures/investor-relations.pdf>

8.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

- Microsoft Office (PowerPoint, Word, Excel),
- LCD-проектор.

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

- EBSCO Host,
- IMFe-LIBRARY,
- Oxford Journals,
- ProQuest,
- ScienceDirect,
- Scopus,

- SpringerLink,
- Thomson Reuters,
- Web of Science
- e-LIBRARY.RU.

8.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости)

- Сайт Всемирного банка (МБРР). – URL: www.worldbank.org
- Сайт Лондонской фондовой биржи. – URL: <http://www.londonstockexchange.com/home/homepage.htm>
- Сайт Министерства печати и массовых коммуникаций. – URL: <http://minsvyaz.ru/ru/>
- Сайт Московской биржи. – URL: <http://www.moex.com>
- Сайт Нью-Йоркской фондовой биржи. – URL: <https://www.nyse.com/index>
- Сайт Правительства РФ. – URL: www.government.ru
- Сайт Роспечати. – URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat.html>
- Сайт Токийской фондовой биржи. – URL: <http://www.jpx.co.jp>
- Сайт федеральной комиссии по ценным бумагам и биржам США. – URL: <https://www.sec.gov>

8.5. Описание материально-технической базы

Для организации занятий по дисциплине необходимы следующие технические средства обучения: для проведения аудиторных занятий наличие мультимедийной аудитории, оснащенной компьютером и LCD-проектором или интерактивной доской, обеспечение доступа студентов к электронной библиотеке факультета.

9. Язык преподавания:

Русский

10. Преподаватель (преподаватели):

Демин Михаил Валерьевич, к.э.н.

11. Разработчики программы:

Демин Михаил Валерьевич, к.э.н.